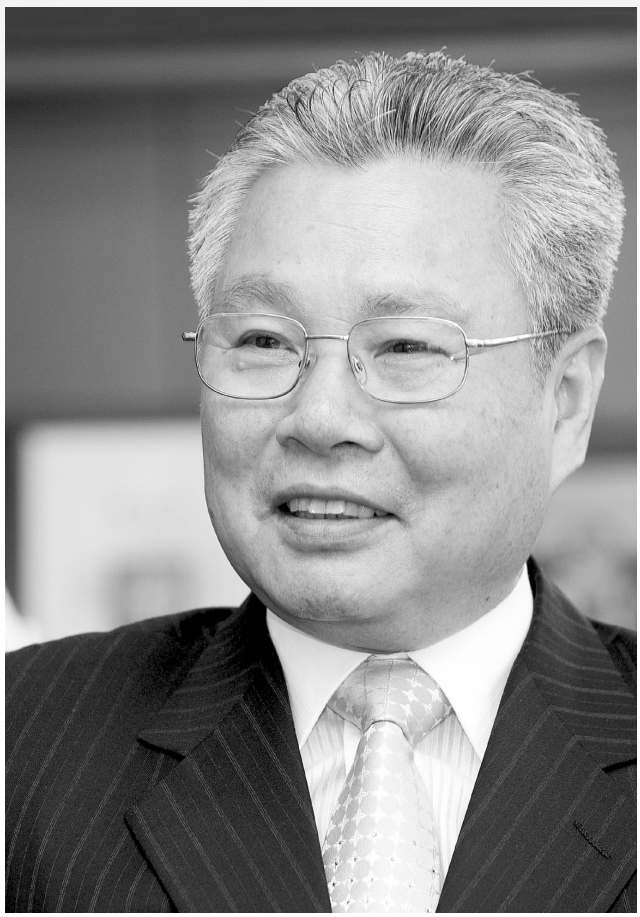
인터뷰

"건설산업 – 지역 경제 견인하는 보완적 고부가가치 산업으로"

– '山戰水戰 萬古風霜' 다 겪어, 쌓아온 사회적 신뢰로 건설업 인식 개선 노력할 터 –

우리 속담에 '묵은 솔이 광솔'이라는 말이 있다. 세월이 빚어낸 향기는 오래될수록 짙어지고, 연륜과 경험은 쌓일수록 지혜가 된다. 정성욱 금성백조 회장은 건설업계에서 '산전수전 만고풍상을 다 겪은' 기업인으로 정평이 나 있다. 어린 나이 때부터 건설 현장을 누비면서 미장, 목공, 설계 등 안 해본 일이 없었다. 그러다가 지난 1981년 주택사업을 시작했고, 현재는 금성백조를 종업원 200명의 중견 건설업체로 성장시켰다. 그리고 대전 건설업계는 최근 지역 건설업이 극도로 어려운 상황에서 건설업에 정통하고, 오랜 사회 봉사활동으로 지역 사회의 신뢰를 쌓아온 정성욱 금성백조 회장을 대한건설협회 대전광역시회장으로 만장일치 추대하였다. 정성욱 회장은 지난달 27일 정식 취임하였으며, 오는 2015년 6월 25일까지 3년 간 대전 건설업계를 리드하게 된다. 대전시개발위원회 회장 등 60여 개 단체에서 활동하며 건설업과 지역 사회 발전에 기여하고 있는 정성욱 회장을 만나 지역 건설업 현안과 과제에 대해 들어보았다. 〈편집자 주〉



정성욱 대한건설협회 대전광역시회 신임 회장

> 회원사들과 지혜를 모아 지역 업체들이 처한 어려움을 슬기롭게 이겨내도록 최선을 다하는 한편, 지금까지 살아오면서 쌓은 사회적 신뢰를 기반으로 건설산업에 대한 시민 · 사회 단체들의 인식을 바꾸어 놓는 데도 많은 노력을 기울이겠습니다.

먼저, 만장일치 추대로 대한건설협회 대전광역시회장으로 선출되신 것을 축하드립니다. 대전 건설업계의 수장이 되신 감회와 향후의 비전에 대해 말씀해주십시오.

여러 모로 부족한 저를 만장일치로 회장에 추대해주신 회원님들께 먼저 감사를 드립니다. 하지만 경기 침체 등으로 지역 건설업계가 어려운 때에 중책을 맡게 되어 영광보다는 오히려 막중한 책임감을 느끼고 있습니다.

회원사들과 지혜를 모아 지역 건설업체들이 처한 어려움을 슬기롭게 이겨내도록 최선을 다하는 한편, 지금까지 살아오면서 쌓은 사회적 신뢰를 기반으로 건설산업에 대한 시민 · 사회 단체들의 인식을 바꾸어 놓는 데도 많은 노력을 기울이겠습니다.

또한, 행정중심복합도시, 과학비즈니스벨트, 도시철도, 도안신도시 사업 등 대단위 지역 개발사업을 기회로 삼아 건설산업이 지역 경제 성장을 뒷받침하는 보완적 고부가가치 산업으로서 자리매김하도록 하겠습니다. 먼저, 지역 건설업체의 권익 증진과 위상을 제고하여 글로벌 경쟁력을 키우는 데 주력할 것이며, 투명하고 효율적인 산업 기반 정착과 불합리한 제도 개선에도 많은 공을 들이겠습니다. 나아가 지역 중 · 소 업체에 맞는 사업 규모 확대 및 건설 물량을 키워 나가는 데 온 힘을 기울이겠습니다.

현재 대전 지역의 공공 및 민간 부문의 건설경기는 어떠한 상황인지요?

전국 어느 지역이나 약간의 차이는 있겠지만 건설경기가 매우 위축되어 있는 것으로 알고 있습니다. 대전도 예외는 아닙니다.

우리 지역의 공사 발주 현황을 보면 올 5월 31일 현재 작년 같은 기간에 비해 발주 건수는 66건에서 73건으로 약간 늘었으나 금액은 절반으로 감소하였습니다. 금년 상반기는 총선 등의 영향도 있지만 복지 예산 쪽으로 비중이 커지다보니 공공부문의 발주 물량이 거의 전무한 상태이고, 요즘 들어 학교 개선 공사, 군 시설 공사 등이 조금씩 발주 공고가 되고 있을 뿐 앞으로도 크게 기대하기는 힘들 것으로 예상됩니다.

아울러 민간 공사도 부동산 경기의 장기 침체와 거래 수요가 일어나지 않고 있어 세종시 일부 지역을 제외한 지방의 건설 및 주택 경기는 한마디로 고사 직전이라는 표현을 써도 무리가 아니라고 봅니다.

"지방 경제 활성화는 건설경기가 대변합니다. 건설산업이 제조업 및 다른 산업보다 연관 효과가 크기 때문에 적정 건설사업 물량을 정부나 지자체에서 공급하는 것은 매우 중요하다고 봅니다."

4대강 사업 종료 후 지역 공공공사 일감이 더욱 줄어드는 데다 민간 건설경기마저 풀리지 않고 있어 지역 건설업이 위기 상황으로 내몰리고 있습니다. 지역 건설업을 회생시키기 위한 대책으로는 어떤 것들이 있을까요?

4대강 살리기 사업에 집중적인 투자가 이루어지면서 지역 일감은 상대적으로 빈곤해졌습니다. 더욱이 4대강 사업이 끝나면서 건설 기계, 장비, 인력들의 가수요로 인해 더 어려움을 겪고 있습니다. 지방 경제 활성화는 건설경기가 대변합니다. 건설산업이 제조업 및 다른 산업보다 연관 효과가 크기 때문에 적정 건설사업 물량을 정부나 지자체에서 공급하는 것은 매우 중요하다고 봅니다.

선진국에서도 단순한 건설 물량에 대한 투자보다는 국가 경쟁력 확보와 경기 부양, 녹색 교통 체계 구축을 위한 SOC 투자는 늘려 나가고 있는 추세입니다. 우리 경제의 지속 성장을 담보할 수 있는 SOC 등 자본재 분야에 대한 투자 확대가 필요하다고 생각합니다. 특히, 대기업은 해외 투자 등으로 나름대로 위기를 대처할 수 있는 탈출구가 있지만 중소기업은 정부 공사 의존도가 크고, 국내 건설 및 주택 시장에 좌우되기 때문에 정부에서 단기적 처방과 중장기적 수요와 공급이 적절히 이루어지도록 컨트롤 타워가 있어야 합니다.

대전시에서도 현재 추진하고 있는 도시철도 2호선, 대전 1·2산단 리모델링, 관저동 유니온스퀘어, 엑스포과학공원 재창조, 국제과학비즈니스벨트 거점 사업들이 차질 없이 조기에 가시화된다면 새로운 뉴딜사업으로서 지역 건설업 회생은 물론 지역 경제를 살리는 데 크게 기여할 것입니다.

현재 정부는 적격심사제 개선안을 도입할 계획이지만 건설업계, 특히 중소 건설업계는 개선안에 강력한 반대 입장을 표명하고 있습니다. 적격심사제 개선안에 대한 회장님의 견해와 문제 해결 방향을 말씀해 주십시오.

현재 정부에서 도입하고자 하는 적격심사제 개선안이 현행 제도보다 합리적이고 생산적이라면 반대할 이유가 없습니다. 그러나, 지금까지 들리는 바로는 단순 운찰제를 막는다는 명분을 앞세워 최저가 도입을 확대하려는 꼼수로밖에 볼 수 없습니다. 현재 건설업계는 실적공사비 적용 및 자의적 공사비 삭감 등으로 어려움을 겪고 있습니다.

또한, 지금 중소 건설업체들은 일감이 없는 데다 일을 해도 수익성이 없는데 100억~300억원 공사에 대해서도 최저가 개념을 적용한다면 두 번 죽이는 결과가 됩니다. 오히려 건설 시공 능력 규모별로 등급화하고 중소 업체들의 등급 비율을 높임으로써 중소 업체들을 보호해야 할 것입니다.

> 지금 중소 건설업체들은 일감이 없는 데다 일을 해도 수익성이 없는데
> 100억~300억원 공사에 대해서도 최저가 개념을 적용한다면
> 두 번 죽이는 결과가 됩니다.

올해 초 정부는 현재의 최저가낙찰제를 2년 간 유예하는 것으로 일단 문제를 봉합하였습니다. 업계에서는 일단 숨을 돌린 분위기였지만 근본적인 대책이 될 수는 없습니다. 향후 어떤 대책이 강구되어야 한다고 보시는지요?

현행 300억원 이상의 모든 공사에 적용되고 있는 최저가낙찰제로 인하여 저가 낙찰로 인한 적자 시공 논란, 노무비 부족에 따른 외국인 근로자 활용 증가, 미숙련 근로자 고용에 의한 산업 재해 급증, 부실 공사 확대 및 대·중소 기업간 수주 양극화 현상이 갈수록 심화되고 있습니다.

이러한 상황임에도 불구하고 정부는 2012년부터 최저가낙찰제를 100억원 이상 모든 공사로 전면 확대 실시할 예정이었으나, 건설업계의 극심한 반대에 부딪혀 결국 2014년부터 시행할 예정입니다.

최저가낙찰제도는 국정 기조로 제시된 건설업의 상생, 동반 성장, 공생 발전에 역행함은 물론 업계 전반의 시공 능력을 저하시켜 부실화를 가속화하고 지속 가능한 건설업 성장을 저해하여 결과적으로 국가 경쟁력을 약화시킬 것입니다. 이처럼 최저가낙찰제가 초래할 부정적인 영향으로 건설업계의 위기감은 갈수록 심화되고 있습니다. 최저가낙찰제는 반드시 폐지되어야 합니다.

회장님께서는 지역 사회의 발전을 위해 다양한 방면에서 왕성한 활동을 전개하고 계십니다. 이는 최근 건설업계의 사회공헌 활동과도 그 맥이 닿아 있다고 하겠습니다. 건설업계의 사회공헌 활동에 대한 회장님의 견해와 평가를 듣고 싶습니다.

최근 우리 사회의 각 계층에서는 기업의 사회적 책임에 대한 요구의 목소리가 강하게 표현되고 있습니다. 소비자들은 기업의 사회공헌 활동의 당위성, 그리고 일련의 사회공헌 홍보 활동에 대해서도 긍정적으로 평가하며, 기업의 사회공헌 활동들은 기업의 이미지나 소비자의 소비 성향에 반영되고 있습니다. 지금도 많은 기업에서는 사회공헌 활동 부분에 지출을 늘리며 경영 성과에 긍정적인 영향이 미치기를 기대하고 있습니다.

건설업도 수주나 공동주택 분양 등 B2B, B2C 측면에서 소비자들과 마주하게 됩니다. 비단, 경영적인 측면에서의 효과뿐만 아니라 이제는 기업이 좀 더 가까이, 좀 더 우리 곁에 있는 지역을 돌보았으면 합니다. 기업이 오랫동안 고객들로부터 사랑을 받기 위해서는 지역을 도외시하면 안 됩니다. 우리 지역의 대표 기업, 자랑스러운 기업이 되어야만 대한민국을 넘어 글로벌 컴퍼니로 도약할 수 있을 것입니다. CERIK

글·사진 : 이형우 편집장